

IDENTIDADE: O
EMPREENDEDORISMO NA
INDÚSTRIA DE LINGERIE EM
FRANCA/SP

Mateus Beordo¹

Lívia Marinho de Moura²

Helen Barbosa Raiz Engler³

RESUMO

A globalização vem trazendo ao mundo diversas inovações e uma grande cadeia de mudanças que exigiram do mercado, pessoas inovadoras, com um perfil empreendedor, ou seja, que conseguem ter um "novo olhar" sobre o ambiente dado. Através destes desafios, surgem a partir da necessidade de mudanças, um nicho de mercado, potencial e com um grande aproveitamento dos recursos físicos e humanos, em complementação à indústria de calçados, a indústria de *lingerie*. Objetivamos realizar uma breve análise do empreendedorismo e a identidade do empresário surgidas nos primeiros passos da indústria de *lingerie* na cidade de Franca/SP. A reestruturação do capitalismo exigiu habilidades para criação de alternativas de atuação. Alguns setores passam por dificuldades de enfrentamento desta realidade,

¹ Mestrando do Programa de Pós Graduação em Serviço Social e membro pesquisador do Núcleo de Pesquisa "Mentalidade e Trabalho: do local ao global" da Unesp – Campus de Franca; e-mail: mbeordo@yahoo.com.br

² Mestranda do Programa de Pós Graduação em Serviço Social, membro pesquisador do Núcleo de Pesquisa "Mentalidade e Trabalho: do local ao global" da Unesp – Campus de Franca e Assistente Social do Instituto Nacional do Seguro Social – INSS em Três Lagos/MS; e-mail: liviarpo@hotmail.com

³ Docente do Departamento de Serviço Social da Faculdade de História, Direito e Serviço Social, Professora Doutora do Programa de Pós Graduação em Serviço Social, Pesquisadora líder e Coordenadora do Núcleo de Pesquisa "Mentalidade e Trabalho: do local ao global" da Unesp – Campus de Franca; e-mail: helenengler@hotmail.com

como é o caso das indústrias de calçado masculino, mas o implemento de outra atividade com o aproveitamento do conhecimento advindo do calçado, fez com que antigos operários, entre outros, empreender e possibilitou a absorção da mão de obra qualificada na costura para dentro das fábricas de *lingerie*. O universo de nossa pesquisa possui potencial industrial e empreendedor dos empresários como pode ser observado na consolidação do setor calçadista. As indústrias de calçado sofreram grandes modificações para permanecerem no mercado, mas algumas conseqüências foram inevitáveis e a capacidade de empregabilidade se reduziu, visto o dinamismo e a exigência rápida de novas ações fazendo surgir um paralelo à indústria do calçado, ou seja, a indústria da *lingerie*. A pesquisa recai sobre a reorganização da economia local na cidade em busca de alternativas, surgindo uma capacidade de inovar.

Palavras-chave: identidade; empreendedorismo; indústria têxtil; lingerie; Franca/SP

ABSTRACT

The globalization is bringing to the world several innovations and a great chain of changes that demanded from the market and innovative people with a enterprising profile or be that you get to have a "new one to look" on the given atmosphere. Through these challenger they appear starting from the need of the physical and human resources in complementation to it elaborates her shoes and elaborates her of lingerie. We aimed at to accomplish a brief one analyses of the entrepreneur and the entrepreneur's identity appeared in the first steps of the elaborates of lingerie in the city of Franca/SP. The restructuring of the cpaitalism demanded abilities for the creation of alternatives of perfomance. Some sections go by difficulties of to face this reality as it is the case of the you elaborate of masculine shoes but the complement of another activity with the use of the happening knowledge of the shoes did

with that old workers among other to undertake and it made possible the absorption of the hand of qualified work inside in the seam of the factories of lingeries. The universe of our research possesses the entrepreneur's industrial and enterprising potential as it can be observed in the consolidation of the shoes sections. You elaborate them of shoes suffered great modifications for us to stay at the market but some consequences were inevitable and the jobs was reduced seen the dynamism and the fast demand of new actions making a parallel one to appear to it elaborates her of the shoe or be it elaborates her of lingerie . The research relapses about the reorganization of the economy in the city in search of alternatives appearing a capacity to innovate.

Keywords: identity , elaborates , to face , elaborates textile, lingerie, Franca (city of S.Paulo State).

A globalização, após a evidência da evolução tecnológica, em sua fase mais recente, juntamente com o neoliberalismo, exigem das empresas diferentes competências para sua manutenção no mercado.

A globalização realiza a sua construção histórica há seis séculos e deixa ao longo deste caminho muitas transformações, inicialmente a partir do surgimento da máquina a vapor, na conhecida primeira revolução industrial, e do produto artesanal ou manufaturado, que passa a sofrer constantes reestruturações com a chegada das máquinas.

Através da relação do local com o global procuraremos estabelecer as correlações trazidas da dinâmica do mundo globalizado e das mudanças na economia local de Franca/SP.

Sendo assim, temos como objetivos: analisar as especificidades do empreendedorismo do empresariado da indústria de *lingerie* em Franca/SP, a partir da conjuntura para a criação deste parque fabril; verificar a importância do surgimento deste cenário para a sociedade; apontar o empresário neste universo e confrontar a possibilidade de advir da estrutura calçadista.

Visando esta apresentação na cidade de Franca com o advento do segmento industrial têxtil voltado para confecção, especialmente a moda íntima feminina, realizamos um levantamento da conjuntura do setor têxtil e posteriormente da cidade objeto de nossa pesquisa.

Este cenário foi criado a partir da indústria calçadista da cidade ter perdido espaço no mundo após a reforma do Estado brasileiro, ou seja, a adoção das políticas neoliberais, principalmente pela falta de preparo para enfrentar a concorrência externa. Nesta atividade industrial, que obteve grande destaque, é facilmente visualizado o empreendedorismo e o pioneirismo dos empresários da cidade junto a produção do calçado masculino.

A cadeia produtiva do setor têxtil reuni: fiação, tecelagem, malharia, acabamento/beneficiamento e confecção - que apesar dos avanços tecnológicos demanda de grande número de trabalhadores, como o setor calçadista - e inserido neste último que está o

segmento de moda íntima, ou seja, de *lingerie*.

Ele passa por várias transformações, devido as mudanças tecnológicas que ampliaram a capacidade de produção, e, também, pelo comércio intrabloco.

Alguns países periféricos, como: Coreia do Sul, Taiwan, Hong Kong, Indonésia, Tailândia, Índia e Paquistão, devido ao seu alto poder competitivo, forçou os tradicionais produtores norte-americanos e europeus a mudanças fundamentais além dos preços, priorizando também a qualidade, flexibilidade e diferenciação de produtos, para isso foram atrás do próprio comércio intrabloco e também de mão-de-obra mais barata. Aproveitamos para realizar um parêntese e lembrar do setor de calçados, que passou por momentos semelhantes, mas que abordaremos posteriormente.

Algumas empresas de fases distintas do processo de fabricação se integraram, como é destacado por Gorini:

A histórica fragmentação do setor foi atenuada pela formação de redes compostas por ateliês de *design*, fornecedores de fibras e outras matérias-primas, tecelagens, confecções e grandes cadeias varejistas, em que a logística de toda a cadeia foi otimizada via informatização: electronic data interchange (EDI) e efficient consumer response (ECR). (GORINI, 2009, on line)

Na Europa e Estados Unidos é crescente a cadeia de lojas com marca própria e de hipermercados na comercialização dos produtos confeccionados.

A representatividade de exportação do Brasil nos têxteis é inferior a 1%, nos outros países a maior parte concentra-se no setor de confeccionados, mas no Brasil possui parcela pequena, com baixa representatividade mundial, enquanto no mundo destaca-se a fabricação e exportação de fibras sintéticas, o nosso país é conhecido pela exportação de fibras em algodão, assim como a Índia.

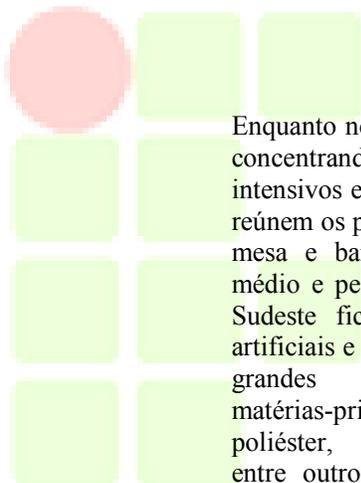
Estamos entre os dez maiores produtores mundiais de fios/filamentos, tecidos e malhas, destacando-se o algodão. No segmento de malhas de algodão somos o 3º maior.

No período de 1990-1999 o único segmento que cresceu foi o de confecções e mostra que este setor sofreu muito com a abertura comercial e que não havia preparo por parte das empresas para isto, provocando principalmente o deslocamento regional para o Nordeste e outras regiões que oferecem incentivo fiscal, além da formação de cooperativas de trabalho e baixo custo de mão-de-obra.

O país vem se mostrando pelo grande potencial de crescimento, principalmente frente a demanda, tendo em vista que o consumo aumentou de 8,3 Kg/habitante em

1990 para 9,5 Kg/habitante em 1999, e considerando este como um destes motivos, o mesmo setor apresentou geração de 14% de empregos, além de ter elevado os investimentos em modernização e aumento da capacidade produtiva (GORINI, 2009, on line).

A região Sudeste, com base de dados de 1999, é a que mais se destaca na produção e nas indústrias seguidas das regiões Sul e Nordeste. O cenário nacional está da seguinte forma:



Enquanto no Nordeste estão se concentrando os investimentos intensivos em escala, no Sul se reúnem os produtores de cama, mesa e banho e malhas, de médio e pequeno portes, e no Sudeste fica a produção de artificiais e sintéticos, desde os grandes produtores de matérias-primas (viscose, poliéster, náilon, elastano, entre outros) até pequenas e médias tecelagens, malharias e confecções. Cabe destacar vários pólos importantes na região Sudeste, como os de Americana, Santa Bárbara, Nova Odessa e Sumaré (São Paulo) – formados em grande parte por pequenas e médias empresas responsáveis por 85% da produção nacional de tecidos artificiais e sintéticos – e Nova Friburgo (Rio de Janeiro) – dedicado á produção de *lingerie*, entre outros. (GORINI, 2009, on line)

Dando ênfase no segmento que abordaremos, vale colocar que o país possui grande competitividade perante os outros países, principalmente pela mão-de-obra e energia, mas o que atrapalha as exportações são os baixos investimentos em modernização tecnológica e a grande informalidade que prejudica a eficiência da produção, reduz o tamanho das empresas e sua capacidade de investimento.

Sendo assim, o baixo grau de penetração deste segmento no mercado externo, acaba por conduzir a atividade para o mercado interno, mas o segmento de *lingerie* possui grande potencial de incremento das exportações, assim como malhas de algodão e moda praia.

Para uma maior aproximação, especificamente sobre o segmento que mais se destaca na cidade que pesquisamos, apesar do crescimento do setor de confecções em geral, será realizada uma breve introdução sobre a história da *lingerie* no mundo.

Ela começa por volta do segundo milênio antes de Cristo. Em Creta, as mulheres já se utilizavam de corpete simples para sustentar a base do busto e assim projetar os seios nus.

Na Idade Média, surgiu a cota, uma espécie de túnica com cordões e o b্লাuid, que era semelhante a um corpete amarrado atrás ou nas laterais.

Mas, foi somente em torno do século XV, que as mulheres nobres adotaram um largo cinto sob o busto com o objetivo de sustentar os seios e dar a aparência de mais volumosos.

Entre os séculos XV ao XVI, a roupa íntima feminina ficou ainda mais rígida. E em 1913, Mary Phelps Jacob inventou o sutiã. No ano seguinte, devido a guerra, a mulher teve que entrar para o mercado de trabalho, trazendo a necessidade de uma *lingerie* que lhe permitisse movimentação.

No final dos anos 50 e início dos 60, a Lycra foi lançada com sucesso, pois permitia os movimentos.

Após os anos 90, incorpora os estilos da moda, com a adoção de vários estilos e tecidos.

A apropriação deste setor foi feita de maneira rápida para nos auxiliar a introduzir onde os nossos sujeitos estão situados, ou seja, os empreendedores, discorreremos sobre a Identidade dos empreendedores e o empreendedorismo para a aproximação do cenário que estudaremos.

Primeiramente, é importante colocar o fenômeno dialético da identidade, para através dela inserir o empreendedor. Ela está relacionada a atividade produtiva de cada indivíduo e as condições sociais e institucionais onde esta atividade ocorre, portanto, está imbricada, partindo do nosso estudo, nas relações produtivas do setor têxtil

e as condições favoráveis ou não que existem para acontecerem na cidade.

A partir dela nos permitirá um conhecimento mais concreto da personalidade. É processada na interação social e necessita da atividade e consciência. Ciampa coloca: “Onde houver gente, haverá questão de identidade” (CIAMPA, 2007, p. 14), e insere ainda que ela é vida e se concretiza na atividade social, ou seja, nas relações sociais.

Ela está em constante metamorfose devido as condições históricas e sociais determinadas e através do seu singular podemos materializar o universal. Além disto podemos afirmar a sua materialidade como segue.

(...) ao estudar um ser humano, deve ficar claro que se está sempre estudando uma formação material determinada, qualquer que seja o corte feito na universalidade das relações recíprocas em que está inserido (o que autoriza, sem ilogicidade, por exemplo, falar tanto em identidade pessoal como em identidade(s) coletiva(s) no âmbito das ciências humanas). (CIAMPA, 2007, p. 150-151)

Além da identidade conseguimos ver através deles vários personagens, o de ser humano de hoje prenuncia o de amanhã e fala do de ontem como se fosse pessoas diferentes.

Assim, podemos chegar a conclusão que ela é um fenômeno social, pois vai se

moldando de acordo com a estrutura social mais ampla, não existindo a possibilidade de se manter inalterado.

Nos dia-a-dia alteramos de acordo com cada situação, ora agimos como pai, ora como filho, e assim por diante, constituindo-se “no produto de um permanente processo de identificação aparece como um dado, e não como um dar-se constante, que expressa o movimento do social” (CIAMPA, 2007, p. 171), e este movimento parte da História.

A evidência desta metamorfose é o desenvolvimento do concreto, que entendido como a síntese de múltiplas e distintas determinações. “(...) o desenvolvimento da identidade de alguém é determinado pelas condições históricas, sociais, materiais dadas, aí incluídas condições do próprio indivíduo” (CIAMPA, 2007, p. 198).

A identidade do empreendedor está aqui relacionada, dentro de todas estas características colocadas, e por meio deste teremos o empreendedorismo.

Dolabela entende empreendedorismo como instrumento de desenvolvimento social, não sendo apenas de crescimento econômico e visto na atividade empresarial apenas como uma forma de empreender, inova e dinamiza a economia e é a melhor arma contra o desemprego. E entende como empreendedor pela forma de ser, e não pela maneira de fazer (DOLABELA, 2008).

Acrescenta que ele aprende definindo primeiro onde deseja chegar, depois busca-se o conhecimento e os meios necessários para alcançar os objetivos e tem que estar preparado constantemente para aprender a aprender.

Um fator importante que foi levantado é que o conhecimento dele não está nos livros e sim à sua volta, nas pessoas, no mercado, no mundo.

O empreendedor é um agente de mudanças. É aquele que sonha e busca transformar seu sonho em realidade. Ele é um ser social, produto do meio que vive, e um fenômeno local, que pode alterar de um lugar para outro, assim, ele é um fenômeno social. Normalmente possuem influência em um dos três níveis: primário, familiares e conhecidos, ligações em torno de mais de uma atividade; secundário, ligações em torno de determinada atividade e o terciário, cursos, viagens, feiras, congressos, etc.

O seu fundamento principal é a cidadania, visto a construção do bem-estar coletivo, do espírito comunitário, da cooperação. Ele tem que trazer algo positivo para a coletividade e ter compromisso com a localidade em que atua.

Mas, afinal, o que significa empreendedorismo? E quem pode ser classificado como empreendedor?

É uma livre tradução que se faz da palavra *entrepreneurship*, que contém as idéias de iniciativa e inovação. É um termo que implica uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relacionar. O empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar conseqüências. Em suma, alguém que acredita que pode alterar o mundo. É protagonista e autor de si mesmo e, principalmente da comunidade em que vive. (DOLABELA, 2008, p. 24)

O empreendedor empresarial é aquele que cria uma empresa; ou aquele que compra uma empresa e introduz inovações, assumindo riscos; ou o empregado que introduz inovações em uma organização.

Possui algumas características marcantes no tocante a iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo e necessidade de realização; diferencia-se pela capacidade de ocupar espaços não ocupados por outros, descobre nichos; é líder; conhece bem o ramo que atua; é fixador de metas, entre outras.

Ele é aquele sonhador que busca o seu sonho é protagonista e autor da sua vida. Também deve antecipar e preparar-se para as situações e possui ampla capacidade de observação e planejamento.

Muitos empreendedores conseguem ter idéias ou visualizar oportunidades a partir da experiência trazida de empregos anteriores, normalmente possuem oito a dez anos de experiência, geralmente possuem boa formação e criam as empresas quando tem cerca de trinta anos, mas para saber o potencial em se transformar em um bom negócio e necessário fazer um estudo de viabilidade.

Depois desta contextualização que se fez necessária, situaremos o universo de nossa pesquisa que está localizado na região nordeste do estado de São Paulo, sede da 14ª região administrativa, composta por vinte e três municípios e distante quatrocentos quilômetros da capital do Estado, a cidade de São Paulo e segundo dados do IBGE (2004), a população estimada é de 315.770 habitantes.

O destaque do empreendedor tem destaque em toda a história da construção do cluster calçadista e da cidade, como se podemos observar.

A história da cidade tem grande identificação com o setor de criação de gados e tratamento do couro. Em meados de 1800, já estavam instalados na vila sapateiros que confeccionavam sandálias, chinelos e botinas rústicas e também os seleiros que confeccionavam peças para montarias e carros de boi. A princípio o trabalho era artesanal, voltado para a subsistência e sem expressão

econômica. Posteriormente terá sua expansão e favorecerá o surgimento da indústria.

Desde a sua fundação até 1870, tem como principal atividade econômica a criação de gado; entre 1870 a 1960, está voltada para o café e após 1960 tem uma crescente e próspera industrialização, dirigida principalmente para a fabricação do calçado de couro.

Em 1921 foi fundada a Calçados Jaguar. A indústria utilizava máquinas importadas da Alemanha em todas as etapas de produção e ajustava-se a um mercado promissor e carente de produtos baratos. Ela consegue instaurar a produção em série acarretando na redução do tempo de fabricação, aumento da produtividade e consegue ofertar seus produtos a preços menores, fazendo uma breve ressalva, podemos ver que foi com algumas destas características que o mercado de calçados da cidade perdeu espaço para o chinês.

A primeira fase desta industrialização termina em 1926 com o encerramento das atividades da Jaguar após séria crise financeira.

O incentivo à fabricação do calçado tem início após a queda do café, em 1929, devido à existência de uma pequena mão-de-obra especializada no tratamento de artigos de couro e outros aliados; como a abundante matéria-prima, a necessidade do mercado interno, a expansão das exportações e o

incentivo nacional de desenvolvimento da indústria.

Contudo a mecanização intensiva fica interrompida por 11 anos. Utilizavam pequenas máquinas e a maioria do processo era manual devido a grande parte das fábricas serem pequenas e sem capital suficiente para estas inovações tecnológicas.

A partir de 1937 é retomada a industrialização por Antônio Lopes de Mello e inicia-se a segunda fase.

Devido à competitividade a Calçados Mello teria que modernizar as linhas de produção e aumentar a produtividade. Mello começa a importar máquinas da alemã “Moemus”, mas devido o início da 2ª Guerra Mundial e conseqüentemente a dificuldade de reposição de peças, troca às máquinas alemãs pelas da norte-americana USMC (United Shoes Machinery Company), conseguiu a garantia de manutenção técnica com facilitação na compra pelo leasing, aluguel com opção de compra no final do arrendamento.

Várias fábricas seguiram o mesmo caminho e sofrem remodelações. Miguel Sábio de Mello é um deles, funda a Samello que após os anos 1940 lidera as transformações ocorridas em Franca e em 1942 constrói o primeiro prédio projetado para a indústria de calçado.

Juntamente com esta expansão, que permanece após 1960, surge a emergente

indústria de artefatos de borracha (saltos e solados) e no final da década o início das exportações dá um grande impulso para o setor, como modernização das máquinas, mudanças no processo de produção e outros avanços.

A Samello se torna a maior fábrica da cidade e em 1965 inova com a implantação da primeira esteira transportadora de materiais da indústria brasileira de calçados.

Em 1994, com o aumento do valor da moeda frente ao dólar, os exportadores perdem a competitividade e reduzem os negócios no exterior. Em 1995, a indústria sofre uma grande recessão.

A política econômica do governo de Fernando Henrique Cardoso traz uma mudança no processo de produção que substitui o modelo Fordista/Taylorista para o Toyotista, trazendo assim uma otimização dos custos com mão-de-obra e também na produção, pois realiza a produção de acordo com a necessidade do mercado.

Nestas mudanças advindas dos novos rumos adotados pelo país, o universo da nossa pesquisa foi amplamente afetado, acarretando o fechamento de várias fábricas, inclusive grandes empresas que estavam consolidadas no mercado nacional e internacional.

Mais uma vez o caráter empreendedor dos cidadãos que residem na cidade se coloca a mostra e diante das tendências da crise instalada no calçado surge a indústria de

confeccões, principalmente voltada para o fabrico de *lingerie*.

As indústrias surgidas vieram da necessidade de diversificação do parque fabril frente aos desafios impostos pela reforma do Estado brasileiro, da necessidade de complementação de renda familiar principalmente por parte das mulheres dos trabalhadores das indústrias de calçado, inclusive com a adoção de algumas técnicas utilizadas neste setor e contando com trabalhadores qualificados na costura, assim como a estrutura de galpões e máquinas de antigas fábricas.

Existem estudos em andamento e de acordo com reportagens publicadas no Jornal Comércio da Franca, este ramo começou a aparecer a cerca de vinte anos e hoje conta com 98 empresas, segundo o Centro de Estudos de Desenvolvimento Regional da Universidade de Franca. Ainda segundo estas pesquisas, o número de funcionários já está em 765. Os segmentos de atuação detectados foram além das fábricas de *lingerie*, outros tipos de confecção, como: uniformes, calças, camisetas e roupas em geral. Estes dados foram coletados pelo centro de estudos a partir da relação anual de informações sociais do Ministério do Trabalho e consideram a indústria de vestuário existente. (LAZARINI, 2008).

As empresas normalmente são pequenas e médias, nasceram dentro de

residências e como trabalho familiar, mas vem se expandindo e algumas já exportam para países como os Estados Unidos, Espanha e França.

Este produto possui durabilidade menor que a do calçado, trazendo assim uma grande rotatividade e não são necessários grandes investimentos, visto a cidade possuir infra-estrutura até no tocante a manutenção e assistência de peças e serviços para as máquinas de costura.

Verifica-se que assim como no fabrico do calçado, a indústria têxtil, principalmente voltada para confecções, proporciona aos trabalhadores um conhecimento amplo de todas as etapas da produção e devido aos métodos de produção utilizado, onde se exige uma poli-valência que ao mesmo tempo que se pode atuar na costura pode-se atuar na colagem, montagem, entre outras etapas, o maquinário inicial não se torna tão dispendioso, visto a própria estrutura de

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Agnaldo de Sousa. *Empresário fabril e desenvolvimento econômico: empreendedores, ideologia e capital na indústria do calçado: Franca, 1920-1990*. 2004. 285 f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara.

CAMPOS, Antônio Carlos de; PAULA, Nilson Maciel de. *A indústria têxtil brasileira*

máquinas usadas que existe na cidade, usa-se o trabalho familiar no interior de suas próprias residências, enfim, tem todos os elementos para que o operário possa sair do "chão de fábrica" para se tornarem empreendedores e iniciarem suas empresas, vemos que a princípio existe um estranhamento desta nova realidade exigindo apenas uma qualificação adicional do que já possuíam no calçado.

Por fim, entende-se que com a diversificação do parque fabril da cidade traz a oportunidade de empregos e alternativas ao mercado, provando sua constante capacidade de reorganização e que devido as condicionantes favoráveis pelos segmentos industriais possibilita a saída do trabalhador da linha de produção para se tornar um empresário, adicionando um fator principal, a capacidade de inovação.

em um contexto de transformações mundiais.

In *Revista Econômica do Nordeste*. Volume 37. Número 04. Fortaleza: 2006. Disponível em: <
[http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/Publicacoes/REN- Numeros_Publicados/docs/ren2006_v37_n4_a8.pdf](http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/Publicacoes/REN-Numeros_Publicados/docs/ren2006_v37_n4_a8.pdf)>. Acesso em: 04 set. 2009. p. 592-608.

CIAMPA, Antonio da Costa. *A estória de Severino e a história da Severina* – Um

ensaio de Psicologia Social. São Paulo: Brasiliense, 2007. 242 p.

DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luísa* – Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. 299 p.

Fábricas de lingerie absorvem sapateiras.

Disponível em:

<http://www.comerciodafranca.com.br/materia.php?id=19751>. Acesso em: 22 jan. 2009.

FELIPPE, Marco. Lingeries feitas em Franca vão parar até no Japão. *Comércio da Franca*, Franca, 03 ago. 2007. Local. Disponível em: <<http://www.comerciodafranca.com.br/materia.php?id=19752>>. Acesso em: 22 jan. 2009.

GORINI, Ana Paula Fontenelle. **Panorama**

do Setor Têxtil no Brasil e no Mundo:

Reestruturação e Perspectivas. Disponível em:

<http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set1202.pdf>. Acesso em: 04 set. 2009.

História da Lingerie. Disponível em:

<<http://www.colegiosaofrancisco.com.br/alfa/mulher-historia-da-lingerie/historia-da-lingerie.php>>. Acesso em: 22 jan. 2009.

IANNI, Octavio. *Teorias da globalização*. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997. 225 p.

LAZARINI, Cassiano. Empresas de roupas e lingerie triplicam em 10 anos em Franca.

Comércio da Franca, Franca, 04 dez. 2008. Local.

PEREIRA, Mayara C. Freitas; BUENO, Cléria M. L. Bittar Pucci. A presença nas indústrias de lingerie na cidade de Franca. In *Fractal: Revista de Psicologia*. Volume 20. Número 02. 2008. p. 617-626.

SANTOS, Boaventura de Sousa (Org.). *A globalização e as ciências sociais*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002. 572 p.

SCHILLING, Voltaire. Globalização, ontem e hoje. *História - século XX*. Disponível em: <<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/seculo/2002/10/10/001.htm>>. Acesso em: 28 abr. 2008.